

בבית המשפט המחוזי

בתל-אביב

בעניין:

ת.א.

בש"א

מנחם איב גבאי, ת.ז. 029522919

מכיכר מודיעין 13, ראשון-לציון

המבקש

ע"י ב"כ עו"ד יוחי גבע ואו אמיר ישראלי,
מדרך ז'בוטינקי 5 (בית אבגד), רמת-גן, 52520
טל: 03-7518477, פקס: 03-7518635

- נגד -

יוניליוור ישראל מזון בע"מ, ח.פ. 512665399
מדרך יוליוס סימון 52, ת"ד 707, חיפה, 31006

המשיבה

בקשה לאישור תובענה ייצוגית

המבקש מתכבד בזאת, להגיש לבית המשפט הנכבד, בד בבד עם הגשת התביעה העיקרית בתיק דנן ("התביעה"), בקשה לאישור התביעה כייצוגית לפי הוראות חוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: "חוק תובענות ייצוגיות").

- כתב התביעה מצ"ב כנספח "א" לבקשה זו.

- תצהיר המבקש, מר מנחם איב גבאי מצ"ב כנספח "ב1" לבקשה זו.

- תוכנית מוצעת לניהול משפט מצ"ב כנספח "ב2" לבקשה זו.

א. מבוא:

1. תביעה זו – והבקשה לאשרה כייצוגית – עניינה במקרה בוטה ביותר של הטעיה צרכנית.
 2. מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"כריות וניל"** (להלן: **"כריות וניל"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 32% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות השומנים ב-40% וכמות השומנים הרויים ב-17%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
 3. עוד מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"קינמונים"** (להלן: **"קינמונים"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 61% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות השומנים ב-45% וכמות השומנים הרויים ב-84%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
 4. בנוסף, כך מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"דליפקאן"** (להלן: **"דליפקאן"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 17% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות הנתרן ב-7%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
 5. עוד מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"שוגיי"** (להלן: **"שוגיי"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 14% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות הנתרן ב-55%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
 6. לכל ידוע, כי הצרכנים מעדיפים לצרוך, מוצרים המגדירים עצמם כמוצרי בריאות, האוחזים בכמות סיבים תזונתיים גבוהה, וכמות שומן, שומן רווי ונתרן נמוכים, והכל על מנת לשמור על בריאותם וגזרתם.
 7. סיבים תזונתיים הם מעין שלד של כל צמח, הם נמצאים בעלים, בגבעולים, בפירות, בשורשים ובזרעים של הצמחים ומקנים לחלקי הצמח צורה וקשיחות. סיבים תזונתיים נמצאים ברוב סוגי המזונות הצמחיים - חיטה מלאה ומוצרים העשויים ממנה, אורז לא מעובד, גריסים למיניהם, כוסמת, שיבולת שועל, קטניות, ירקות, פירות, שורשים.
- בסוף שנות ה-60 שני חוקרים אמריקנים - ברקייט וטראואל, בלי קשר ביניהם, נסעו לאפריקה כדי לחקור עובדות מדהימות למדי - למה שכיחות מחלות כמו מחלות לב וכלי דם, אטרוסקלרוזיס ויתר לחץ דם מצד אחד

וסרטן המעי הגס ומחלות מעיים מצד שני, נמוכה מאוד בשבטים האפריקאיים. לאחר חודשים ארוכים של מחקר, שני החוקרים הגיעו למסקנה הדומה, שאחת הסיבות המשמעותיות לכך היא שימוש במזון לא מעובד, המכיל כמויות גדולות של סיבים תזונתיים. מאז נושא הסיבים וחשיבותם עלה לכותרות והפך לנושא מחקר במרכזים רבים בעולם. כיום חושבים שהגדלת כמות הסיבים התזונתיים בתפריט משפרת את הבריאות, עוזרת במניעת השמנה, ומיטיבה בטיפול ובמניעת מחלות כמו טחורים, עצירות, סרטן במעי הגס, דיברטיקולוזיס, סוכרת, יתר לחץ דם, השמנה, רמה גבוהה של כולסטרול בדם ועוד.

8. כאשר כמות השומן בגוף עולה על הנורמה, בעקבות תזונה ואורח חיים לקוי, או בעקבות בעיות הורמונליות, כמו תפקוד לקוי של בלוטת התריס, הוא עלול לגרום לבעיות מגוונות. לדוגמה: השמנה, שקיעת שומן בכלי הדם והיווצרות מחלות כטרשת עורקים וכדומה.

בארצות הברית וברוב מדינות המערב כמחצית מכמות הקלוריות שהאדם צורך באות משומנים, ומסוכרים שהגוף הופך לשומנים. זו אחת הסיבות המרכזיות להשמנת יתר.

9. השומן הרווי, גורם לעלייה ברמת הכולסטרול הכללית בגוף, ובמיוחד לעלייה ב-LDL (הכולסטרול הרע), וידוע לכל, כי יש קשר בין שומן רווי לבין שכיחות גבוהה של מחלות לב וכלי-דם.

10. צריכת יתר של נתרן תורמת להתפתחות לחץ דם גבוה. אצל אנשים הסובלים כבר מיתר לחץ דם הדבר עלול להגביר את הסיכון של אי ספיקת לב.

11. הדבר ידוע היטב אף למשיבה, שהעדיפה לשנות את הרכב המוצרים, לרעת הצרכנים, תוך שהיא מטעה אותם לחשוב, טרם קנייתם כי המדובר באותם מוצרים ממש.

12. המבקש, רכש מזה זמן רב, את המוצרים דלעיל. המבקש העדיף את מוצרי המשיבה, בשל העובדה, כי בשונה ממוצרים של חברות מתחרות, הרי שמוצרי המשיבה, אוחזים בכמות טובה יותר של סיבים תזונתיים, ובכמות נמוכה יחסית של נתרן, שומן ושומן רווי.

13. כאמור, המבקש רכש המוצרים, שהיו ארוזים משך זמן לא מבוטל, באותן אריזות.

14. במהלך רכישות המוצרים, כל פעם במוצר אחר, נשוא בקשה זו, שם לב המבקש, כי אריזת כל מוצר ומוצר השתנתה מעט. בכל פעם, עת נתקל המבקש באחד המוצרים שאריזתו השתנתה, הרי שמיד אף נתקל על אותה אריזה חדשה, במודעה, לפיה מדובר באותו מוצר ממש. משכך, המבקש רכש את אותו מוצר בעל האריזה שהשתנתה, עת הוא סובר, כי מדובר באותו מוצר ממש.

15. למצער, כך הוברר למבקש, כי למרות הצהרת המשיבה על גבי כל אריזה חדשה של כ"א מארבעת המוצרים, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את הרכב כל המוצרים עצמם, לרעת הצרכנים, והכל תוך הטעיית הצרכנים.

16. מצב דברים זה אין לקבל: על ביהמ"ש הנכבד להוקיע סוג חמור וחסר תקדים זה של הטעיית צרכנים, ולהורות למשיבה לפצות את ציבור לקוחותיה בגין הנזק שנגרם להם, כמו גם בגין הפגיעה באוטונומיה של הפרט.

אך זה כללם של דברים ולהלן פירוטם :

ב. הצדדים

17. המשיבה, חברה פרטית, הינה מיצרני המזון הגדולים בישראל, ובין שאר עיסוקיה, מייצרת ומשווקת היא מגוון אריזות דגנים, בניהם "כריות וניל", "קינמונים", "דליפקאן ו"שוגי", נשוא תובענה זו.

- דף פרטי המשיבה באתר משרד המשפטים מצ"ב כנספח "ג" לבקשה זו.

18. המבקש, הינו צרכן של המוצרים "כריות וניל", "קינמונים", "דליפקאן ו"שוגי", נשוא תובענה זו, המיוצרים ע"י המשיבה, (להלן: "האריזות נשוא ההטעיה").

ג. רקע עובדתי

19. המבקש, רכש וצרך, מזה שנים אחדות, את המוצרים "כריות וניל", "קינמונים", "דליפקאן ו"שוגי", המיוצר ומשווק ע"י המשיבה.

20. המבקש העדיף את מוצרי המשיבה, בשל העובדה, כי בשונה ממוצרים של חברות מתחרות, הרי שמוצרי המשיבה, אוחזים בכמות טובה יותר של סיבים תזונתיים, ובכמות נמוכה יחסית של נתרן, שומן ושומן רווי.

21. כאמור, המבקש רכש המוצרים, שהיו ארוזים משך זמן לא מבוטל, באותן אריזות.

22. במהלך רכישות המוצרים, כל פעם במוצר אחר, נשוא בקשה זו, שם לב המבקש, כי אריזת כל מוצר ומוצר השתנתה מעט. בכל פעם, עת נתקל מבטו של המבקש באחד המוצרים שאריזתו השתנתה, הרי שמיד אף נתקל מבטו על אותה אריזה חדשה, במודעה, לפיה מדובר באותו מוצר ממש. משכך, המבקש רכש את אותו מוצר בעל האריזה שהשתנתה, עת הוא סובר, כי מדובר באותו מוצר ממש, וכדלהלן.

23. המבקש נהג לרכוש את המוצר "כריות וניל", משך זמן לא מבוטל. בכל העת, עת רכש המבקש את המוצר, הרי שהמוצר אחז בין היתר בסימון התזונתי שלהלן:

<u>סימון תזונתי</u>	<u>ל-100 גרם מוצר</u>
סיבים תזונתיים	6 גרם
שומנים	15 גרם
שומן רווי	3.5 גרם

- תמונות של המוצר כריות וניל באריזתו המוקדמת בזמן מצ"ב כנספח "ד" לבקשה זו.

24. באחד הקניות, מצא המבקש כי אריזת המוצר "כריות וניל" השתנתה. על אריזת המוצר החדש, הצהירה המשיבה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק שהאריזה הנה חדשה, וכלשונה: "אותן הכריות... באריזה חדשה". לצד הכיתוב, הופיע צילום של אריזת המוצר כריות וניל, כפי שהייתה באריזה המוקדמת בזמן.

- תמונות של המוצר כריות וניל באריזתו החדשה (המאוחרת בזמן) מצ"ב **כנספח "ה"** לבקשה זו.

25. עוד נהג המבקש, לרכוש את המוצר "קינמונים", משך זמן לא מבוטל. בכל העת, עת רכש המבקש את המוצר, הרי שהמוצר אחז בין היתר בסימון התזונתי שלהלן:

<u>סימון תזונתי</u>	<u>ל-100 גרם מוצר</u>
סיבים תזונתיים	7.4 גרם
שומנים	4.5 גרם
שומן רווי	0.76 גרם

26. באחת הפעמים עת המבקש רכש את המוצר, הרי שמצא הוא, כי המשיבה כתבה על אריזת המוצר, את הכיתוב "**בקרוב באריזה חדשה**", זאת בצמוד לצילום של אריזה חדשה, למוצר "קינמונים". המבקש הבין, כי המוצר עתיד לשנות את אריזתו בקרוב.

- תמונות של המוצר קינמונים באריזתו המוקדמת בזמן מצ"ב **כנספח "ו"** לבקשה זו.

27. באחד הקניות, מצא המבקש כי אריזת המוצר "קינמונים" השתנתה. על אריזת המוצר החדש, **הצהירה המשיבה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק שהאריזה הנה חדשה**, וכלשונה: "**המוצר האהוב באריזה חדשה**". לצד הכיתוב, הופיע צילום של אריזת המוצר קינמונים, כפי שהייתה באריזה המוקדמת בזמן.

- תמונות של המוצר קינמונים, באריזתו החדשה (המאוחרת בזמן) מצ"ב **כנספח "ז"** לבקשה זו.

28. בנוסף המבקש נהג, לרכוש את המוצר "**דליפקאן**", משך זמן לא מבוטל. בכל העת, עת רכש המבקש את המוצר, הרי שהמוצר אחז בין היתר בסימון התזונתי שלהלן:

<u>סימון תזונתי</u>	<u>ל-100 גרם מוצר</u>
סיבים תזונתיים	11 גרם
נתרן	450 מ"ג

- תמונות של המוצר דליפקאן באריזתו המוקדמת בזמן מצ"ב **כנספח "ח"** לבקשה זו.

29. באחד הקניות, מצא המבקש כי אריזת המוצר "**דליפקאן**" השתנתה. על אריזת המוצר החדש, **הצהירה המשיבה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק שהאריזה הנה חדשה**, וכלשונה: "**המוצר האהוב והמוכר באריזה חדשה**". לצד הכיתוב, הופיע צילום של אריזת המוצר דליפקאן, כפי שהייתה באריזה המוקדמת בזמן.

- תמונות של המוצר דליפקאן, באריזתו החדשה (המאוחרת בזמן) מצ"ב **כנספח "ט"** לבקשה זו.

30. בנוסף המבקש נהג, לרכוש את המוצר "שוגי", משך זמן לא מבוטל. בכל העת, עת רכש המבקש את המוצר, הרי שהמוצר אחז בין היתר בסימון התזונתי שלהלן:

<u>סימון תזונתי</u>	<u>ל-100 גרם מוצר</u>
סיבים תזונתיים	3.2 גרם
נתרן	387 מ"ג

- תמונות של המוצר שוגי באריזתו המוקדמת בזמן מצ"ב כנספח "י" לבקשה זו.

31. באחד הקניות, מצא המבקש כי אריזת המוצר "שוגי" השתנתה. על אריזת המוצר החדש, הצהירה המשיבה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק שהאריזה הנה חדשה, וכלשונה: "שוגי האהוב באריזה חדשה". לצד הכיתוב, הופיע צילום של אריזת המוצר שוגי, כפי שהייתה באריזה המוקדמת בזמן.

- תמונות של המוצר שוגי, באריזתו החדשה (המאוחרת בזמן) מצ"ב כנספח "יא" לבקשה זו.

32. לאחר שהמבקש רכש את האריזה החדשה של המוצר "האהוב באריזה חדשה", שם לב הוא, כי כמות הנתרן מאד גבוהה במוצר.

33. המבקש חזר לסופרמרקט, ניגש למדף הדגנים, וחיפש שוב, את המוצר "שוגי". תוך כדי החיפוש, מצא הוא, כי על המדף, מצוייה גם האריזה הקודמת בזמן של אותו מוצר שוגי.

34. המבקש השווה בין הסימון התזונתי שעל המוצר הקודם בזמן, לסימון התזונתי שעל המוצר המאוחר בזמן, וגילה כי למרות הצהרת המשיבה, כי המדובר באותו מוצר ממש, רק בשינוי אריזה, הרי שהמוצר אינו אותו מוצר, וכי המשיבה שינתה לרעה את הערכים התזונתיים שעל המוצר, כי שבסופו של יום, הפחיתה היא מהמוצר המאוחר בזמן ביחס למוצר המוקדם בזמן, את הסיבים התזונתיים ב-14%, ולמרבית הצער, הוסיפה היא למוצר המאוחר בזמן 55% נתרן יותר.

35. המבקש החל לבדוק לעומק הסוגיה, וחיפש במרכולים שונים, לבדוק באם המשיבה עשתה כן, אף ביתר המוצרים אותם הוא רוכש וצורך, ולאחר כמות רגליים במספר מרכולים, מצא את האריזות המוקדמות בזמן, אף של המוצרים האחרים, אותם הוא נהג לרכוש, קרי כריות וניל, קינמונים ודליפקאן.

36. בהשוואה שעשה בביתו בין אריזות המוצרים המוקדמים בזמן, לבין אריזות המוצרים המאוחרים בזמן מצא הוא, כי למצער, למרות הצהרת המשיבה על גבי כל אריזה חדשה של כ"א מארבעת המוצרים, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את הרכב כל המוצרים עצמם, לרעת הצרכנים, והכל תוך הטעיית הצרכנים, וכדלהלן:

א. כריות וניל:

<u>שינוי לרעת הצרכנים</u> <u>באחוזים</u>	<u>אריזה מאוחרת בזמן</u> <u>(גרם ל-100 גרם)</u>	<u>אריזה מוקדמת בזמן</u> <u>(גרם ל-100 גרם)</u>	<u>סימון תזונתי</u>
הפחתה של 32%	4.1	6	סיבים תזונתיים
תוספת של 40%	21	15	שומנים
תוספת של 17%	4.1	3.5	שומנים רוויים

ב. קינמונים:

<u>שינוי לרעת הצרכנים</u> <u>באחוזים</u>	<u>אריזה מאוחרת בזמן</u> <u>(גרם ל-100 גרם)</u>	<u>אריזה מוקדמת בזמן</u> <u>(גרם ל-100 גרם)</u>	<u>סימון תזונתי</u>
הפחתה של 61%	2.9	7.4	סיבים תזונתיים
תוספת של 45%	6.5	4.5	שומנים
תוספת של 84%	1.4	0.76	שומנים רוויים

ג. דליפקאן:

<u>שינוי לרעת הצרכנים</u> <u>באחוזים</u>	<u>אריזה מאוחרת בזמן</u>	<u>אריזה מוקדמת בזמן</u>	<u>סימון תזונתי</u>
הפחתה של 17%	9.4	11	סיבים תזונתיים (גר')
תוספת של 7%	483	450	נתרן (מ"ג)

ד. שוגי:

<u>שינוי לרעת הצרכנים</u> <u>באחוזים</u>	<u>אריזה מאוחרת בזמן</u>	<u>אריזה מוקדמת בזמן</u>	<u>סימון תזונתי</u>
הפחתה של 14%	2.8	3.2	סיבים תזונתיים (גר')
תוספת של 55%	600	387	נתרן (מ"ג)

37. למקרה ההשוואה, בין האריזות המוקדמות בזמן לבין אלו המאוחרות בזמן, לרבות הממצאים אותם גילה המבקש בעצמו, על אריזות המוצרים אותם רכש, הבין המבקש, כי הוא הוטעה ע"י המשיבה לרכוש אריזות "כריות וניל", "קינמונים", "דליפקאן ו"שוגי", עליהם כתבה המשיבה במפורש, כי מדובר באותו מוצר, מקום בו אין מדובר באותו מוצר, אלא למצער, המשיבה שינתה את המוצר, כך שהערך התזונתי (סיבים תזונתיים, שומן, שומן רווי ונתרן – בהתאמה לאמור דלעיל) במוצרים שונה לרעתו, ולרעת הצרכנים, ובאופן ניכר.

38. מצב דברים זה אין לקבל: על ביהמ"ש הנכבד להוקיע סוג חמור וחסר תקדים זה של הטעיית צרכנים, ולהורות למשיבה לפצות את ציבור לקוחותיה בערכו של מחיר כל מוצר ומוצר, וכן בפגיעה באוטונומיה של הפרט.

ד. הטיעון המשפטי

א. כללי

39. חוק תובענות ייצוגיות – שנכנס לתוקף בעת האחרונה – נועד להסדיר באופן ממצה את הדינים החלים על הגשת תביעות ייצוגיות בישראל.

40. המטרות שביסוד החוק מפורטות בו בסעיף 1, וכוללות בין השאר את המטרות של **"אכיפת הדין והרתעה מפני הפרתו"**, **"מימוש זכות הגישה לבית המשפט"**, **"מתן סעד הולם לנפגעים מהפרת הדין"** וכן **"ציהול יעיל, הוגן וממצה של תביעות"**.

41. חוק תובענות ייצוגיות מתיר הגשת תביעה ייצוגית בעניינים המנויים בתוספת השניה לחוק, או בעניינים בהם נקבע בהוראת חוק מפורשת כי ניתן להגיש תביעה ייצוגית. כאמור בסעיף 3(א) לחוק:

" לא תוגש תובענה ייצוגית אלא בתביעה כמפורט בתוספת השניה או בענין שנקבע בהוראת חוק מפורשת כי ניתן להגיש בו תובענה ייצוגית"

42. התוספת השניה לחוק כוללת רשימה של עילות בהן ניתן להגיש תביעה ייצוגית. לענייננו, העילות הקבועות סעיף 1 לתוספת היא הרלוונטית:

(1) "תביעה של צרכן כנגד עוסק, גם אם לא נכרתה ביניהם עסקה"

43. סעיף 4 לחוק תובענות ייצוגיות קובע את רשימת הזכאים להגיש בקשה לאישור תביעה ייצוגית. לענייננו, רלוונטי סעיף 4(א)(1) לחוק:

" אדם שיש לו עילה בתביעה או בענין כאמור בסעיף 3(א), המעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל החברים הנמנים עם קבוצת בני אדם – בשם אותה קבוצה;"

44. כלומר, על מנת להיות זכאים להגיש בקשה לאישור תביעה ייצוגית, על המבקש להראות כי עומדת לו עילת תביעה באחד העניינים המנויים בתוספת השניה, וכן כי התביעה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה ומשפט המשותפות לכלל חברי קבוצת התובעים.

45. וליישום לענייננו, על המבקש להראות כי עומדת לו עילת תביעה כנגד המשיבה, וכי עילת התביעה מעוררת שאלות משותפות של עובדה ומשפט לכלל חברי קבוצת התובעים.

46. בנוגע להוכחת הנזק, חוק תובענות ייצוגיות קובע כי די בהוכחת גרימה של נזק ברמה לכאורית. כאמור בסעיף 4(ב)(1) לחוק:

“בבקשה לאישור שהוגשה בידי אדם כאמור בסעיף קטן 1(א) – די בכך שהמבקש יראה כי לכאורה נגרם לו נזק.”

47. התנאים לאישור תביעה ייצוגית מנויים בסעיף 8(א) לחוק, הקובע כי:

8. (א) בית המשפט רשאי לאשר תובענה ייצוגית, אם מצא שהתקיימו כל אלה:

- (1) התובענה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה, ויש אפשרות סבירה שהן יוכרעו בתובענה לטובת הקבוצה;
- (2) תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בנסיבות הענין;
- (3) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בדרך הולמת; הנתבע לא רשאי לערער או לבקש לערער על החלטה בענין זה;
- (4) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בתום לב.

48. בהתאם להוראות שפורטו לעיל, הרי שהדיון משלב זה יחולק לשני שלבים. בשלב הראשון, נראה כי עומדת למבקש עילת תביעה אישית כנגד המשיבה, וכי נגרם לו לכאורה נזק. בשלב השני, נעמוד על התקיימות התנאים לאישור התביעה כייצוגית המנויים בסעיף 8 לחוק.

ב. עילת התביעה מכוח חוק הגנת הצרכן

עילת הטעיה

49. סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן, קובע את הבאות:

“2. איסור הטעיה¹

(א) לא יעשה עוסק דבר – במעשה או במחדל, בכתב או בעל-פה או בכל דרך אחרת – העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי בעסקה (להלן – הטעיה); בלי לגרוע מכלליות האמור יראו עניינים אלה כמהותיים לעסקה:

¹ ההדגשות, כאן ובכל מקום אחר, אינן במקור אלא אם נאמר אחרת.

(1) הטיב, המהות, הכמות והסוג של נכס או שירות;

(2) המידה, המשקל, הצורה והמרכיבים של נכס;

50. אחריותה של המשיבה כיצרנית ו/או משווקות ו/או מחזיקה, יחד או לחוד, של שני המוצרים נשוא ההטעיה, קבועה במפורש בסעיף 2(ב) לחוק הגנת הצרכן הקובע כי:

(ב) לא ימכור עוסק, לא ייבא ולא יחזיק לצרכי מסחר נכס שיש בו הטעיה ולא ישתמש בנכס כאמור למתן שירות.

51. לענייננו, הוטעה המבקש, לרכוש מוצרים שעל אריותיהם החדשות נכתב, כי מדובר באותו מוצר באריזה חדשה, עת בפועל המשיבה שינתה את המוצר לרעת הצרכנים. מכאן שמדובר בהטעיה הנופלת לגדרי סעיף 2(א)(1) ו/או 2(א)(2) לחוק ומכן שחזקה כי מדובר בהטעיה בעניין מהותי (מה שברור גם לולא החזקות).

52. לענייננו, הוטעה המבקש, לרכוש את המוצר "כריות וניל", עת המשיבה כתבה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 32% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות השומנים ב-40% וכמות השומנים הרויים ב-17%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.

53. עוד לענייננו, הוטעה המבקש, לרכוש את המוצר "קינמונים", עת המשיבה כתבה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 61% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות השומנים ב-45% וכמות השומנים הרויים ב-84%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.

54. בנוסף הוטעה המבקש, לרכוש את המוצר "דליפקאן", עת המשיבה כתבה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 17% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות הנתרן ב-7.

55. כמו כן, הוטעה המבקש, לרכוש את המוצר "שוגיי", עת המשיבה כתבה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 14% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות הנתרן ב-55.

56. לו ידע המבקש, כי המוצרים שונו לרעת הצרכנים, כאמור דלעיל, הרי שהוא מעולם לא היה מסכים לרכוש את המוצרים, והיה נמנע כלל מרכישתם ו/או רוכש דגנים אחרים.
57. המסקנה המתחייבת היא, כי המבקש הוטעה ע"י המשיבה, הסתמך על ההטעיה, וכי כתוצאה נגרם לו נזק המוצא ביטוי בקבלת מוצר השונה מהותית מהאמור על גבי האריזות, מילים אחרות מוצר, שהוא כלל לא נתכוון לרכוש.
58. נוקיו של המבקש מודגמים בטבלאות הבאות:

טבלה 1

מוצר	מחיר ממוצע של המוצר	גובה הנזק
כריות וניל	18.99 ש"ח	18.99 ש"ח
קינמונים	17.99 ש"ח	17.99 ש"ח
דליפקאן	19.49 ש"ח	19.49 ש"ח
שוגי	18.99 ש"ח	18.99 ש"ח

59. למען הזהירות בלבד, מעריך המבקש כי הוא רכש לפחות אריזה אחת מכל אחד מארבעת סוגי הדגנים. המבקש מעמיד אפוא את תביעתו האישית בראש נזק זה על סך של 75.46 ש"ח.
60. בנוסף, סבל המבקש מפגיעה באוטונומיה של הרצון, ומרגשות שליליים הנלווים לכך דוגמת עוגמת נפש ורגשות כעס ומרמה. המבקש, שהינו בעל מודעות צרכנית גבוהה לצריכת מוצרים הגבוהים בכמות הסיבים התזונתיים, והנמוכים בתכולת השומן, השומן הרווי והנתרן, רכש את המוצרים במטרה לרכוש את אותם הדגנים אותם רכש טרם שינוי האריזות, בה בעת, שהוטעה הוא לרכוש מוצרים שונים.
61. בע"א 1338/97 **תנובה נ' ראבי**, פד נז(1) 672, 682, נאמרו הדברים הבאים בידי כב' השופטת נאור:

כך קבעה באותו עניין כב' השופטת נאור:

הנזק הלא ממוני שהתובע טוען לו מאופיין בתחושת הגועל הנובעת מכך שמדובר בסליקון, על כל המטען האסוציאטיבי המלווה חומר זה. לדעתי, נזק מסוג זה הוא לכאורה נזק בר־פיצוי. הטעיה בדבר תכולת החלב במקרה זה היא לכאורה בגדר פגיעה באוטונומיה של הפרט. אנו עוסקים במוצר מזון. זכותם של צרכנים היא לקבוע מה יכניסו לפיהם ולגופם וממה יימנעו. מי שרוצה למשל לצרוך רק מזון כשר, ויסתבר לו בדיעבד שהמזון שהוצג תוך הטעיה איננו כזה, יחוש תחושת גועל ופגיעה באוטונומיה שלו. כך יחוש גם מי שצורך רק מזון אורגני, והתברר לו בדיעבד שמזון שפורסם כמזון אורגני איננו כזה. מי שמבקש לקנות חלב דל שומן דווקא לא יסכין עם כך שימכרו לו תוך הטעיה חלב שבו שיעור השומן גבוה, ולהפך. בכל המקרים הללו ובמקרים רבים אחרים שניתן להעלות על הדעת, ישנה פגיעה באוטונומיה של הפרט, אף שאין עמה נזק גוף או סכנה ממשית לנזק גוף. לכל צרכן וצרכן העדפות בנוגע למזונותיו, העדפות המבטאות לעתים את האידאולוגיה שהוא מאמין בה

כדרך לחיים נכונים או בריאים. אכן, זה שאינו שומר כשרות יוכל לומר לשומר הכשרות: מה קרה אם אכלת מזון שאינו כשר; לא נגרם לך כל נזק. לא זו השקפתו של מי שמבקש לשמור על כשרות או לאכול רק מזון אורגני או מזון דל שומן.

וכך קבעה כב' השופטת פרוקצ'יה (בפסקה 13 לפסק-דינה):

"בענייננו מדובר בהוספת מרכיב לדבר מאכל תוך הפרת חובת התקן הרשמי בלא שהצרכן ידע את דבר קיומו של אותו מרכיב במזון שצרך ובמציאות דברים שבה אותו תוסף מזון איננו מזיק לבריאות. לשאלה באיזו מידה עוגמת נפש של צרכן במצב דברים זה היא בכחינת נזק הנובע ממהלכם הטבעי של הדברים, אין תשובה אחידה אשר קורצה מעור אחד. אכן עשויים להיות מצבים קיצוניים שבהם הטעיה לגבי מרכיביו של מוצר אכילה, גם כשאין בהם נזק בריאותי, עשויה להיות בעלת חשיבות מיוחדת לצרכן מהיבטים שונים, למשל מבחינה ערכית, מבחינת השקפת עולמו או עקב קיומה של העדפה מוגדרת למוצר בעל מרכיבים מסוימים לצורך השגת תכלית ספיציפית. כך למשל הצגת מוצר אכילה ככשר אף שאינו כשר, או הצגת מזון כמזון אורגני אף שאינו כזה, או הצגת מוצר כדל-שומן בעוד שלמעשה הוא רב-שומן – אלה עשויות במקרים מסוימים להוליד נזק לא ממוני שניתן לומר במידת ודאות כי הוא נגרם באורח טבעי ובמהלכם הרגיל של הדברים כתוצאה ישירה מעולת הנתבע. בסוג מקרים אלה מצויה בלב הצרכן העדפה ברורה ומוגדרת למוצר בעל אפיון מסוים – בין העדפה שמקורה בערכי דת והשקפת עולם, בין העדפה הנובעת מערכי טבעונות ובין העדפה הבנויה על תכלית לשלוט בהיקף הקלוריות הנצרכות מהמזון, וכיוצא באלה עניינים. פגיעה בהקשרים אלה בזכותו של הצרכן לבחור את המוצר הראוי בעיניו היא פגיעה ממשית בתחום העדפותיו כפרט, ונזקו הכללי מפגיעה זו אינו קשה להוכחה.

קיומה של העדפה מוגדרת וברורה של הצרכן לרכוש מוצר בעל איכויות מוגדרות עשוי לתת בידו כלי לגיטימי לתבוע את נזקו מהמשווק על הפרת חובתו שלא להטעותו לגבי תכונותיו של המוצר הנרכש. עילה מסוג זה עשויה במקרים מתאימים גם להצדיק תובענה ייצוגית אשר את בני קבוצתה, השותפים לתובענה, ניתן להגדיר בלא קושי מיוחד. אולם המקרה שלפנינו הוא שונה, והתשובה לו קשה ומורכבת יותר."

62. עקב ההטעיה, סבל המבקש, מפגיעה באוטונומיה ונפגמה יכולתו להכריע בדבר הרכב מזונותיו, מה לצרוך וממה להימנע. המבקש, אשר ביקש לצרוך את אותם דגנים בדיוק, כפי שהיו טרם שינוי האריזות, רכש דגנים באריזות חדשות, עליהן נכתב במפורש, כי הנם אותם דגנים אך באריזות חדשות, אך בסופו של יום הוברר כי לא מדובר באותם דגנים בדיוק, אלא דווקא דגנים שהסימון התזונתי בהם, ביחס לסבים תזונתיים, שומן, שומן רווי ונתרן (בהתאמה לכל מוצר ומוצר כדלעיל) שונה לרעתו, וזאת בניגוד לכתוב והמוצהר על גבי כל אחת מהאריזות החדשות, בכך שמדובר באותו מוצר אך באריזה חדשה.

63. המבקש מעריך את הפגיעה באוטונומיה בסך של 200 ₪.

ה. התקיימות התנאים לאישור התביעה כייצוגית

64. סעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות קובע כי:

9. (א) בית המשפט רשאי לאשר תובענה ייצוגית, אם מצא שהתקיימו כל אלה:

(1) התובענה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה, ויש אפשרות סבירה שהן יוכרעו בתובענה לטובת הקבוצה;

(2) תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בנסיבות הענין ;

(3) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בדרך הולמת; הנתבע לא רשאי לערער או לבקש לערער על החלטה בענין זה ;

(4) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בתום לב.

65. להלן נעמוד על התקיימות תנאים אלו כסדרם.

66. יובהר ראשית, כי בהתאם להוראות חוק תובענות ייצוגיות תפקידו של בית המשפט הנכבד הוא להגדיר את קבוצת התובעים, כאמור בסעיף 10(א) לחוק בו מצויין כי "אישר בית המשפט תובענה ייצוגית, יגדיר בהחלטתו את הקבוצה שבשמה תנוהל התובענה".

67. המבקש יטען, כי על קבוצת התובעים לכלול את כלל רוכשי ארבעת אריוזות המוצרים נשוא ההטעיה על החל מיום 1.1.06 ועד ליום הגשת התובענה, קרי משך 3 וחצי שנים.

68. מראש יצויין כי אין זה בחובתו של המבקש להעריך במדויק את גודל הקבוצה ואת סכום ההשבה המבוקש לכלל חברי הקבוצה, דבר שניתן יהיה לגלות במדויק רק לאחר חשיפת נתוני השיווק ע"י המשיבה.

69. בהתאם לידוע למבקש, הרי שבהתאם לנתוני "נילסן", שוק דגני הבוקר, נאמד ב-500 מיליון ₪ בשנה, והמשיבה אוזרת בפלח שוק של 64% מכלל מכירות הדגנים, קרי בסך של 320 מיליון ₪ בשנה.

70. בהתאם לידוע למבקש, הרי שהמשיבה משווקת כ-20 סוגים של דגני בוקר.

71. היות והמשיבה מוכרת בשנה, בסך של כ-320 מיליון ₪, הרי שניתן די בקלות להניח, שמוכרת היא את ארבעת האריוזות נשוא ההטעיה בסך של כ-64 מיליון ₪ בשנה.

72. אולם, לאור העובדה, כי חישוב סך המכירות, נעשה על אומדנים, וכי רק בידי המשיבה מצויים נתוני המכירות לאשורן, הרי שבתובענה זו, יחושבו המכירות עפ"י הערכות שמרניות במיוחד, ואלו יבדקו לאשורן, עת המשיבה תחשוף נתוני המכירות המדויקים אשר בידיה.

73. עפ"י הערכה שמרנית במיוחד, מכרה המשיבה את ארבעת האריוזות נשוא התובענה, בסך של 7,500,000 ₪ בשנה, ובסה"כ 26.25 מיליון ₪ ב-3.5 שנים האחרונות.

74. בהתאם לאמור דלעיל, וכמפורט גם בתוכנית המשפט, הרי שנראה כי סכום ההשבה, נדרש להיות בגובה 26.25 מיליון ש"ח.

- מצ"ב טופס מועמד לתחרות הפרסום האפקטיבי 2006 כנספח "יב" לבקשה זו.

- מצ"ב טופס מועמד לתחרות הפרסום האפקטיבי 2007 כנספח "יג" לבקשה זו.

75. זאת ועוד, בהנחה שמרנית במיוחד כי צרכו את המוצרים כ-100,000 איש אשר נפגעה האוטונומיה שלהם, הרי שעל המשיבה לפצות את חברי הקבוצה בסך 20,000,000 ש"ח בגין הפגיעה באוטונומיה.
76. התנאי הראשון לאישור התביעה הייצוגית הינו כי התובענה מעוררת שאלות משותפות – לכלל חברי הקבוצה – של עובדה ומשפט.
77. לענייננו, איש לא יחלוק כי התובענה מעוררת שאלות רבות המשותפות לכלל חברי הקבוצה, שכן:
- (א) המשיבה הפרה כלפי כלל חברי הקבוצה את הוראות חוק הגנת הצרכן.
- (ב) המשיבה הפרה את חובות הגילוי כלפי כלל חברי הקבוצה.
- (ג) לכלל חברי הקבוצה נגרם נזק, בשל רכישת של מוצרים כשאריוזותיהם מכריזות כי מדובר באותם מוצרים ממש, בה בעת, שהמוצרים שונו לרעת הצרכנים בסימון התזונתי בהם.
- (ד) נפגעה האוטונומיה של חברי הקבוצה.
78. התנאי השני הוא כי התובענה הייצוגית היא הדרך ההוגנת והיעילה להכריע בסכסוך בנסיבות העניין.
79. בהקשר זה, מן הראוי לחזור ולציין המטרות שביסוד חוק תובענות ייצוגיות, המפורטות בו בסעיף 1, וכוללות בין השאר את המטרות של **"אכיפת הדין והרתעה מפני הפרתו"**, **"מימוש זכות הגישה לבית המשפט"**, **"מתן סעד הולם לנפגעים מהפרת הדין"** וכן **"ניהול יעיל, הוגן וממצה של תביעות"**.
80. לענייננו, יש באישור התביעה הייצוגית כדי להגשים את המטרות שצוינו לעיל בכללותן.
81. ראשית, יש בהגשת תביעה ייצוגית זו בכדי לתרום משמעותית להרתעת המשיבה – ומעוולים כדוגמתה – מלפגוע בצורה חמורה בציבור במקרים כדוגמת המקרה נשוא תובענה זו.
82. הצורך בהרתעה מתחזק לאור החשיבות שבמניעת התופעה החמורה, של אי-התאמה בין הסימונים המוצהרים על אריזות המוצרים, לבין מה שהמוצרים הנם בפועל.
83. שנית, תובענה זו היא הכרחית על מנת לממש את זכאותם לפיצוי של חברי הקבוצה כלפי המשיבה.
84. בסכום התביעה האישית, העומד על מאות בודדות של שקלים, אין די על מנת לתמרץ תובע לפתוח בהליך משפטי מורכב ומסובך כנגד גופים עוצמתיים במיוחד כדוגמת המשיבה, וראה בהקשר זה את הדברים שנאמרו ברע"א 4556/94 **טצת ואח' נג' זילברשץ ואח'**, פ"ד מט (5) 774, בעמ' 784.

85. בנוסף, על מנת להמחיש כי התביעה הינה אכן הדרך היעילה וההוגנת, מציע המבקש תכנית לניהול משפט, כאמור בנספח ב-2 המצ"ב לבקשת האישור, שעיקרה הנם 4 שלבים כדלהלן:

- א. שלב ראשון – הכרעה משפטית בסוגיית עילת התביעה של התובע.
- ב. שלב שני – דרכי כימות הנזק הכולל שנגרם לכלל חברי הקבוצה.
- ג. שלב שלישי – הכרעה בדבר מנגנון הפיצוי.
- ד. שלב רביעי – החלטה על מנגנון הפיצוי לטובת הציבור.

בתוכנית המשפט מפורט בהרחבה כיצד ניתן יהיה לנהל את התובענה לאחר האישור בדרך יעילה והולמת, וכיצד ניתן יהיה לפסוק במסגרתה את הסעדים הראויים, לטובת חברי הקבוצה.

86. לעניין הייצוג ההולם, הרי שהמבקש הינו בעל אמצעים כלכליים הנדרשים לשם ניהול ההליך. המבקש ייוצג ע"י עוה"ד הח"מ, המבטיחים להעמיד לרשות הקבוצה ייצוג משפטי ככל שיידרש על מנת לממש את זכויות החברים בקבוצה כלפי המשיבה.

הח"מ, הינם עו"ד עתירי ניסיון בתחום התובענות הייצוגיות ובפרט בתחום התובענה הייצוגית הצרכנית.

87. לעניין דרישת תום-הלב, הרי שתביעה זו הוגשה בתום-לב בידי המבקש, אשר נפגע בצורה קשה ממעשיה של המשיבה, ומעוניין לזכות בפיצוי המגיע לו, וכן לפעול על מנת להרתיע את המשיבה מפני מעשים דומים בעתיד.

ו. על הסעדים המגיעים לכלל חברי הקבוצה

88. בית המשפט הנכבד מתבקש לאשר למבקש לתבוע בשמם את של חברי הקבוצה את הסעדים המוערכים בשלב זה, כמפורט לעיל, באופן הבא:

השבה של סך של 26.25 מיליון ש"ח.

פיצוי בסך 20 מיליון ש"ח בגין הפגיעה באוטונומיה.

89. בית המשפט הנכבד מופנה לתוכנית המשפט (נספח "ב2") בה מפורט בהרחבה:

(א) כיצד ניתן יהיה לכמת **במדויק** את הנזק שנגרם לחברי הקבוצה לאחר אישור התובענה כייצוגית, תוך הסתייעות בהליכי גילוי מסמכים ובכלים נוספים (ככל שיידרש).

(ב) מדוע מן הראוי בנסיבות העניין לעשות שימוש בסעיף 20(ג) לחוק ולפסוק פיצוי לטובת הציבור (להבדיל מפיצוי אינדוידואלי).

(ג) באיזו דרך ישולמו הכספים ולאילו מטרות ציבוריות ניתן לנתבם.

ז. סיכום

90. תביעה זו – והבקשה לאשרה כייצוגית – עניין במקרה בוטה של הטעיה צרכנית.
91. מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"כריות וניל"** (להלן: **"כריות וניל"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 32% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות השומנים ב-40% וכמות השומנים הרויים ב-17%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
92. עוד מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"קינמונים"** (להלן: **"קינמונים"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 61% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות השומנים ב-45% וכמות השומנים הרויים ב-84%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
93. בנוסף, כך מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"דליפקאן"** (להלן: **"דליפקאן"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 17% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות הנתרן ב-7%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
94. עוד מסתבר, כי המשיבה, שייצרה ומכרה משך שנים אחדות, את המוצר **"שוגי"** (להלן: **"שוגי"** ו/או **"המוצר"**), החליטה לשנות את אריזת המוצר, תוך שהיא מקפידה לידע את הצרכנים, על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, רק באריזה חדשה. אך למצער, למרות ההצהרה על גבי האריזה החדשה, כי מדובר באותו מוצר ממש, הרי שהמשיבה, שינתה אף את המוצר עצמו, לרעת הצרכנים, עת הפחיתה מהרכב המוצר 14% מהסיבים התזונתיים, והעלתה את כמות הנתרן ב-55%, והכל לרעת הצרכנים, ותוך הטעייתם.
95. מכל האמור לעיל מתבקש בית המשפט הנכבד:
- (א) לאשר למבקש לנהל תובענה כייצוגית בשם של חברי הקבוצה, בהתאם להגדרתה לעיל, ולחייב את המשיבה לשלם לקבוצה סך של 46,250,000 ש"ח.
- (ב) להורות על פסיקת גמול מיוחד למבקש.

(ג) להורות על תשלום שכר טרחת עורך-דין לעורכי-הדין המייצגים באחוזים מתוך הקרן בהתאם לשיקול דעתו של ביהמ"ש הנכבד וכן על תשלום הוצאות משפט.

יוחי גבע, עו"ד

אמיר ישראלי, עו"ד

ב"כ המבקש